



Relação com a Comunidade

Relação com a Comunidade

No Brasil ao longo dos últimos anos, tem-se intensificado a discussão sobre o papel das empresas na minimização dos problemas sociais. A visão tradicional que a empresa tem como único foco a geração de empregos e o desenvolvimento de produtos e serviços de forma lucrativa está perdendo cada vez mais força e sendo substituída por uma nova visão que considera a necessidade de incorporar a seus objetivos os interesses de seus públicos de interesse, tais como a comunidade.

A compreensão da demanda e impacto de todos seus públicos devem ser analisadas pelas empresas, pois seus relacionamentos com estes têm-se tornado cada dia mais importantes devido, principalmente, a dois fatores fundamentais, o maior poder exercido pela sociedade civil e a mudança na forma que as empresas mantêm sua vantagem competitiva.

Com isso, hoje as organizações buscam identificar oportunidades ou conseguir maneiras de minimizar riscos que as tornem mais competitivas, suscitando mudanças internas, compreendendo seus produtos, seus processos ou mesmo sua relação com clientes, fornecedores e comunidade.

Décadas atrás, o público considerava fazer o bem a principal atividade apenas de empresas sem fins lucrativos. Ao mesmo tempo, muitos imaginavam que as demais empresas eram organizações voltada apenas a seus próprios objetivos (como o lucro). Em posição oposta a

entidades beneficentes, o objetivo de uma grande empresa era maximizar seus lucros, sendo qualquer esforço de retorno a comunidade limitado a doações em dinheiro ou filantropia de curto alcance.

Hoje em dia, as grandes empresas alcançaram níveis de consciência sobre o impacto de suas atividades em todas as áreas, principalmente nas comunidades onde estão inseridas. Estas empresas estão investigando novos territórios, aprendendo a lidar com novos problemas, considerados anteriormente distantes de sua missão organizacional. Estão implementando programas comunitários, desenvolvendo parcerias com ONGs, e de forma inovadora, adaptando seus modelos de negócio para que os mesmos sejam mais responsáveis e sustentáveis. Nestes novos tempos, os setores com e sem fins lucrativos não são mais opostos; em vez disso, as antes nítidas linhas do que os separavam agora se confundem.

As empresas estão cada dia mais cientes de que atendem melhor a seus interesses quando atendem aos interesses da sociedade / comunidade, particularmente a longo prazo. Como observou Charles Handy, "as empresas precisam de um planeta sustentável para sobreviver, pois poucas são as entidades de curto prazo; elas querem sobreviver por décadas". Sendo assim, aquelas que forem lentas na adaptação desta nova realidade pagarão um preço.

Dentro deste cenário, uma das maneiras de uma empresa estabelecer uma boa estratégia de relacionamento com sua comunidade é por meio de programas de Responsabilidade Social Empresarial.

Responsabilidade Social Empresarial

A responsabilidade social empresarial constitui o respeito que determinada organização possui em relação ao interesse de alguma comunidade, demonstrado pelo reconhecimento do efeito que suas atividades terão

sobre seus principais públicos. Ela leva a empresa a ver além de seus próprios resultados, para considerar as implicações sociais de suas atividades. Tal responsabilidade costuma estender-se além da regulamentação básica para envolver esforços voluntários e pró-ativos voltados à melhoria da qualidade de vida de todos os públicos de interesse.

Pacto Global

Para direcionar as empresas em seus esforços de Responsabilidade Social Empresarial / Relacionamento com a Comunidade, em Dezembro de 2011, mais de 6 mil empresas de 135 países destacaram o compromisso de seguir o Pacto Global, promovido pelas Nações Unidas.

Esse pacto sugere a utilização destes princípios (listados abaixo) para direcionar suas iniciativas nessa área:

- Princípio 1 - As empresas devem apoiar e respeitar a proteção dos direitos humanos;
- Princípio 2 - Certificar-se de que não estejam compactuando com abusos dos direitos humanos;
- Princípio 3 - As empresas devem preservar a livre associação e o efetivo reconhecimento do direito de negociação coletiva de trabalho;
- Princípio 4 - A eliminação de todas as formas de discriminação de trabalho compulsório forçado;
- Princípio 5 - A efetiva abolição do trabalho infantil;
- Princípio 6 - A eliminação da discriminação referente ao emprego e a ocupação;
- Princípio 7 - As empresas devem apoiar uma abordagem preventiva em relação às questões ambientais;
- Princípio 8 - Promover iniciativas para maior responsabilidade ambiental;

- Princípio 9 - Encorajar o desenvolvimento e a difusão de tecnologias amigáveis ao meio ambiente;
- Princípio 10 - As empresas devem trabalhar contra a corrupção em todas as formas, incluindo extorsão e propina.

Saiba mais

Erros comuns em língua portuguesa

Dominar a norma padrão da língua portuguesa é uma das competências obrigatórias para profissionais de qualquer área. No entanto, observamos que muitos desvios ocorrem, mesmo entre profissionais de alto nível hierárquico.

Apresentaremos aqui alguns dos erros mais comuns cometidos no mundo corporativo e que devem ser evitados. Usamos como referência o livro de autoria da professora Rosângela Cremaschi "Livro de anotações com 101 dicas de português" (Editora Hunter Books, 2014).

Mas lembre-se: quando for escrever use e abuse do corretor ortográfico, leia o seu texto em voz alta, tenha um dicionário por perto, use post-its com os erros que você comete com maior frequência, colando-os num local visível e leia muito, seja livros, revistas, notícias. Essas dicas ajudarão bastante na sua produção escrita, além de trazerem outros benefícios.

Erros mais comuns na escrita

- "Ao encontro de" / "De encontro a"

Errado: Os diretores estão satisfeitos, porque a atitude do gestor veio de encontro ao que desejavam.

Certo: Os diretores estão satisfeitos, porque a atitude do gestor veio ao encontro do que desejavam.



Por quê? “Ao encontro de” dá ideia de harmonia e “De encontro a” dá ideia de oposição. No exemplo acima, os diretores só podem ficar satisfeitos se a atitude vier ao encontro do que desejam.

- Anexo / Anexa

Errado: Seguem anexo os documentos solicitados.

Certo: Seguem anexos os documentos solicitados.

Por quê? Anexo é adjetivo e deve concordar em gênero e número com o substantivo a que se refere.

Obs: Muitos gramáticos condenam a locução “em anexo”; portanto, dê preferência à forma sem a preposição.

- “Em vez de” / “ao invés de”

Errado: Ao invés de elaborarmos um relatório, discutimos o assunto em reunião.

Certo: Em vez de elaborarmos um relatório, discutimos o assunto em reunião.

Por quê? Em vez de é usado como substituição. Ao invés de é usado como oposição. Ex: Subimos, ao invés de descer.

- “Esquecer” / “Esquecer-se de”

Errado: Eu esqueci da reunião.

Certo: Há duas formas: Eu me esqueci da reunião ou Eu esqueci a reunião.



Por quê? O verbo esquecer só é usado com a preposição de (de – da – do) quando vier acompanhado de um pronome oblíquo (me, te, se, nos, vos).

- A par / ao par

Errado: Ele já está ao par do ocorrido.

Certo: Ele já está a par do ocorrido.

Por quê? No sentido de estar ciente, o correto é “a par”. Use “ao par” somente para equivalência cambial. Ex: “Há muito tempo, o dólar e o real estiveram quase ao par.”

- “Obrigado” / “Obrigada”

Errado: Muito obrigado! – disse a funcionária.

Certo: Muito obrigada! – disse a funcionária.

Por quê? Homens devem dizer “obrigado”. Mulheres dizem “obrigada”. A flexão também ocorre no plural: “Muito obrigadas! – disseram as garotas ao professor.”

- “Através” / “por meio”

Errado: Os senadores sugerem que, através de lei complementar, os convênios sejam firmados com os estados.

Certo: Os senadores sugerem que, por meio de lei complementar, os convênios sejam firmados com os estados.

Por quê? Por meio significa "por intermédio". Através de, por outro lado, expressa a ideia de atravessar. Ex: Olhava através da janela.

- "A" / "há"

Errado: Atuo no setor de controladoria a 15 anos.

Certo: Atuo no setor de controladoria há 15 anos.

Por quê? Para indicar tempo passado, usa-se o verbo haver. O "a", como expressão de tempo, é usado para indicar futuro ou distância. Exs: Falarei com o diretor daqui a cinco dias. Ele mora a duas horas do escritório.

- "Entre eu e você" / "Entre mim e você"

Errado: Não há nada entre eu e você, só amizade.

Certo: Não há nada entre mim e você, só amizade.

Por quê? Eu é pronome pessoal do caso reto e só pode ser usado na função de sujeito, ou seja, antes de um verbo no infinitivo, como no caso: "Não há nada entre eu pagar e você usufruir também."

- "Prefiro… do que" / "Prefiro… a"

Errado: Prefiro carne branca do que carne vermelha.

Certo: Prefiro carne branca a carne vermelha.

Por quê? A regência do verbo preferir é a seguinte: "Preferir algo a alguma outra coisa."

- "A nível de" / "Em nível de"

Errado: A pesquisa será realizada a nível de direção.



Certo: A pesquisa será realizada em nível de direção.

Por quê? A expressão “Em nível de” deve ser usada quando se refere a “âmbito”. O uso de “a nível de” significa “à mesma altura”. Ex: Estava ao nível do mar.

- “Mal” / “Mau”

Errado: O jogador estava mau posicionado.

Certo: O jogador estava mal posicionado.

Por quê? Mal opõe-se a bem. Mau opõe-se a bom. Assim: mal-humorado, mal-intencionado, mal-estar, homem mau.

- “Na medida em que” / “À medida que”

Errado: É melhor comprar à vista à medida em os juros estão altos.

Certo: É melhor comprar à vista na medida em que os juros estão altos.

Por quê? Na medida em que equivale a “porque”. À medida que estabelece relação de proporção. Ex: O nível dos jogos melhora à medida que o time fica entrosado.

- “Para mim” / “Para eu” fazer

Errado: Era para mim fazer a apresentação, mas tive de me ausentar.

Certo: Era para eu fazer a apresentação, mas tive de me ausentar.

Por quê? “Para eu” deve ser usado quando se referir ao sujeito da frase e for seguido de um verbo no infinitivo.



Atividade Resolvida

Assinale a alternativa em que todas as frases estão escritas corretamente.

- a. A companhia prefere contratar terceiros a ter seu próprio quadro de funcionários./ Pedimos desculpas por termos nos esquecido da entrega./ Suas sugestões foram ótimas e vieram ao encontro do que planejamos para o futuro da empresa.

- b. A companhia prefere contratar terceiros do que ter seu próprio quadro de funcionários./ Pedimos desculpas por termos nos esquecido da entrega./ Suas sugestões foram ótimas e vieram ao encontro do que planejamos para o futuro da empresa.

- c. A companhia prefere contratar terceiros a ter seu próprio quadro de funcionários./ Pedimos desculpas por termos esquecido da entrega./ Suas sugestões foram ótimas e vieram ao encontro do que planejamos para o futuro da empresa.

- d. A companhia prefere contratar terceiros a ter seu próprio quadro de funcionários./ Pedimos desculpas por termos nos esquecido da entrega./ Suas sugestões foram ótimas e vieram de encontro ao que planejamos para o futuro da empresa.

- e. A companhia prefere contratar terceiros do que ter seu próprio quadro de funcionários./ Pedimos desculpas por termos nos esquecido da

entrega./ Suas sugestões foram ótimas e vieram de encontro ao que planejamos para o futuro da empresa.



Resposta correta- letra A

O verbo preferir atua, principalmente, como verbo transitivo direto e indireto, com a regência da preposição a introduzindo o objeto indireto. Assim, preferimos alguma coisa **a** outra coisa.

O verbo esquecer, usado principalmente com o sentido de não se lembrar, pode ser um verbo transitivo direto ou um verbo transitivo indireto, sendo também conjugado pronominalmente. Apresenta duas regências principais: sem a presença de uma preposição ou com a presença da preposição **de**, principalmente quando conjugado pronominalmente.

O termo "ao encontro de" tem significado de concordância, de acordo, enquanto "de encontro a" exprime significado de discordância, divergência

Atividade extra

Nome da atividade: Leitura do Artigo - Relacionamento com a Comunidade: Por quê?

Link para a atividade:

https://administradores.com.br/artigos/relacionamento-com-a-comunidade-por-que

Referência Bibliográfica

ARGENTI, P.A. Comunicação Empresarial: A construção da Identidade, Imagem e Reputação. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

RIEL, CEES B. M. Van Reputação: O valor estratégico do engajamento dos stakeholders. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.

ROCHA T., GOLDSCHIMIDT A (coord.). Gestão de Stakeholders. São Paulo: Saraiva, 2010

Ir para exercício